

На правах рукописи

Латыпова Альфинур Исмагиловна

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО  
ТАТАРСКОГО ЯЗЫКА  
В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СФЕРЕ: ПОДЪЯЗЫК  
ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ**

**Специальность 10.02.02. – Языки народов Российской Федерации  
(татарский язык)**

**А в т о р е ф е р а т**

диссертации, представленной на соискание ученой степени кандидата  
филологических наук

Казань 2003

Диссертация выполнена на кафедре татарского языка Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский государственный университет им. В.И.Ульянова-Ленина»

**Научный руководитель:**

доктор филологических наук,  
профессор  
**Хаков Вахит Хозятович**

**Официальные оппоненты:**

доктор филологических наук,  
профессор  
**Низамов Ильдар Маликович**

кандидат филологических наук  
**Максимов Николай Валентинович**

**Ведущая организация:**

Елабужский государственный  
педагогический университет

Защита диссертации состоится 9 октября 2003г. в 14 часов на заседании диссертационного Совета Д 212.081.12 в Казанском государственном университете им. В.И.Ульянова-Ленина по адресу:

420008, г. Казань, ул. Кремлевская, 18, второй корпус, аудитория 1112.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке им. Н.И.Лобачевского Казанского государственного университета им. В.И.Ульянова-Ленина.

Автореферат разослан 8 сентября 2003 г.

Ученый секретарь диссертационного Совета,  
доктор филологических наук, профессор



Загидуллина Д. Ф.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Важнейшим шагом на пути развития и сохранения татарского языка явилось придание ему статуса государственного.

Конституцией Республики Татарстан установлен равнозначный статус татарского и русского языков и право каждого на свободное пользование родным языком. Согласно резолюции Генеральной Ассамблеи ООН «Руководящие принципы для защиты интересов потребителей», принятой в 1985 году, право потребителя на достоверную и полную информацию о приобретаемых товарах и услугах является одним из базовых и наиболее важных потребительских прав. В Татарстане надлежащее обеспечение права потребителей на информацию предполагает необходимость одновременного доведения информации на государственных языках Республики Татарстан.

Первым шагом к обеспечению права потребителей на информацию и пользование родными языками было включение в Государственную программу Республики Татарстан по сохранению, изучению и развитию языков народов Республики Татарстан от 20 июля 1994 года требования изготавливать этикетки, инструкции к товарам, билеты, квитанции на государственных языках Республики Татарстан.

Изучение зарубежного опыта в области применения нескольких языков в сфере доведения информации о товарах показало, что государства с несколькими языками общения, такие как Канада, Бельгия, Финляндия, Швейцария имеют аналогичные законодательные нормы.

Для распространения информации о товарах и услугах создан Центр потребительской информации Республики Татарстан (ЦПИ РТ).

Одним из приоритетных направлений деятельности ЦПИ РТ является реализация Закона РТ «О языках народов Республики Татарстан».

Потребительская сфера является наиболее реальной сферой применения татарского языка, т.к. охватывает одновременно разные возрастные категории

граждан, а также различные области жизнедеятельности человека: питание, одежда, бытовые услуги, транспорт, связь и т.п.

Деятельность ЦПИ РТ осуществляется с учетом следующих проблем функционирования двух государственных языков области информации для потребителя. На сегодняшний день отсутствует широкое применение татарского языка в потребительской сфере. Недостаточно систематизирована лексика информации для потребителя. В последнее время издано немало межъязыковых отраслевых словарей. Но ввиду краткости, небольшого объема этих словарей они проблему использования татарского языка в потребительской сфере решали лишь частично, т.к. многие наиболее употребительные слова и выражения не были учтены в словарных статьях. Визуальная информация на двух государственных языках изобилует большим количеством ошибок, что скорее дискредитирует язык, нежели его развивает. В то же время представление визуальной информации на двух государственных языках может служить одним из средств обучения языку.

Реалии таковы, что требуется обоснование с теоретической и практической стороны принятых законодательных норм.

**Аёооаёййһоу ёһёааааёё.** Государственная политика в потребительской сфере непосредственно связана с проводимой работой по возрождению и развитию татарского языка и культуры. Важное значение приобретает доведение полной и достоверной информации о потребительских товарах и услугах, как на русском, так и татарском языках. Это позволяет расширить область применения татарского языка, способствует приобщению молодого поколения к родному языку и его изучению. Расширение сферы применения татарского языка сделает двуязычие нормальным, естественным и необходимым атрибутом общественной жизни.

Приобретает особую актуальность проблема предоставления полной и достоверной информации о товарах на русском и татарском языках на научной основе. Работы по вопросам общей терминологии, перевода и в некоторой

степени потребительской информации отражены в трудах видных отечественных ученых-лингвистов.<sup>1</sup>

Терминология подъязыка информации для потребителя<sup>2</sup> требует комплексного теоретического изучения, тщательного и всестороннего отбора и фиксации в специальных словарях.

Проблема настоящего исследования актуализируется необходимостью обобщения деятельности Центра потребительской информации Республики Татарстан (ЦПИ РТ) по предоставлению информации потребителю на государственных языках Республики Татарстан.

Наиболее актуальным в настоящее время является проектирование и создание специальных, целостных автоматизированных словарно-справочных служб, построенных по принципу «запрос - ответ». В результате одноразового ввода в компьютер текста или иных источников потребитель впоследствии получает широкие возможности неоднократного обращения к данной автоматизированной системе с самыми различными запросами. Подобные системы обеспечивают не только предельную надежность и проверяемость хранения всей информации, содержащейся в тексте, но, что вероятно, самое главное, дают возможность получения ответов о всех употреблениях этого

<sup>1</sup>Виноградов В.В. Словообразование в его отношении к грамматике и лексикологии. // Вопросы теории и истории языка. – М., 1952. – 496 с.; он же Основные типы лексических значений слова.//Вопросы языкознания. – 1953. - №5. – С. 3-29; Лотте Д.С. Некоторые принципиальные вопросы отбора и построения научно-технических терминов.- М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1941. – 24 с.; он же Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. – М.: Наука, 1982. – 150 с.; Даниленко В.П. Русская терминология. Опыт лингвистического описания. – М.: Наука, 1977. – 246 с.; она же Стандартизированные термины. Лингвистическая правильность.//Русская речь. – 1986. - №5. – С.61-67; Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология: Вопросы теории. – М.: Наука, 1989. – 246 с.; Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) // Учебник для институтов и факультетов иностранных языков. – М.: «Высшая школа», 1990. – 253 с.; Федоров А.В. Основы общей теории перевода. – М., 1968. - 268 с.; Исхакова Х.Ф. Структуры терминологических систем.Тюркские языки. – М.: Наука, 1987. – 127 с.; Рамазанов Ш.А. Татар теле буенча очерклар. – Казан: Таткнигоиздат, 1954. – 200 б.; Ö. N. Ö

èèòàì í      Ðøðýàð, 1959 òàòàð òàèàíà  
 èèòàì í      Ðøðýàð, 1969.

<sup>2</sup> Определение подязыка потребительской информации (ППИ) приводится в разделе «Введение»

слова, о всех контекстах на каждое слово, каждую словоформу, о всех типах вариантов как по отдельному источнику, так и по той или иной совокупности источников. Задача построения таких автоматизированных лингвистических баз данных, выполняющих словарно-справочные функции, чрезвычайно актуальна и перспективна. Компьютерная картотека лексических единиц подъязыка информации для потребителей может быть использована для создания подобных лингвистических баз данных по татарскому языку, что несомненно оптимизирует деятельность как лингвистов, так и хозяйствующих субъектов в области предоставления информации потребителю, в сфере защиты прав потребителей.

### **Степень изученности темы**

До сих пор, за исключением отдельных публикаций в периодической печати, язык информации для потребителя в монографическом плане не изучался. Некоторые проблемы применения татарского языка в потребительской сфере обсуждались на конференциях. Так в рамках научно-практической конференции «Языковая ситуация в Республике Татарстан: состояние и перспективы» (г. Казань, 1998 г.) работала секция «Проблемы языковой политики Республики Татарстан в потребительской сфере», где информация для потребителей на государственных языках Республики Татарстан рассматривалась как один из аспектов реализации законодательства о языках, обсуждались проблемы применения татарского и русского языков в сфере торговли, общественного питания и бытовых услуг, а также вопросы разработки отраслевых терминов на татарском языке как необходимое условие создания единого информационного пространства. На 6-ой Региональной научно-практической конференции молодых ученых и специалистов «Проблемы истории, культуры и развития языков народов Татарстана и Волго-Уральского региона» в отдельных выступлениях говорилось о функционировании татарского языка в потребительской сфере.

Изучаются также некоторые тематические группы лексики подъязыка потребительской информации.

Так, в работах Хайрутдиновой Т.Х. исследуется лексика пищи в татарском языке<sup>1</sup> и одна из тематических групп бытовой лексики татарского языка: названия посуды, кухонной утвари, домашнего обихода, домашней обстановки и т.д.<sup>2</sup> в синхронном и диахронном аспектах.

Отраслевые межъязыковые словари, изданные за последнее десятилетие, также отражают достижения ученых-лингвистов в области лексикографии и терминологии. Но ввиду краткости, небольшого объема они проблему использования татарского языка в потребительской сфере решали лишь частично, т.к. многие наиболее употребительные слова и выражения не были учтены в словарных статьях. Например, ни один словарь периода 1950 – 2001г.г. не дает эквивалента словосочетанию *сухое вино*, в то время как в русско-болгарском<sup>3</sup> (на 8 тыс. слов), русско-турецком<sup>4</sup> (на 12 тыс. слов), приведены эквиваленты данного словосочетания.

**Научная новизна** исследования заключается в том, что впервые предметом комплексного изучения становится подъязык потребительской информации на татарском языке. До сегодняшнего дня не рассматривались вопросы обогащения лексики языка в потребительской сфере за счет уточнения терминов-эквивалентов, зафиксированных в различных лексикографических источниках современного татарского языка. Впервые предпринята попытка разработать правила представления визуальной информации на государственных языках Республики Татарстан. Составлен на русском и татарском языках ассортиментный перечень товаров, производимых в Республике Татарстан. Он включает в себя около 6500 наименований, 7% из которых составляют авторские термины-эквиваленты.

При формировании лексики подъязыка потребительской информации используются данные смежных наук, а также наук не пересекающихся с

<sup>1</sup> Хайрутдинова Т.Х. Названия пищи в татарском языке. – Казань: ИЯЛИ им.Ибрагимова АНТ, 1993. – 142 с.

<sup>2</sup> Хайрутдинова Т.Х. Бытовая лексика татарского языка (посуда, утварь, предметы домашнего обихода). – Казань: ИЯЛИ им.Ибрагимова АНТ, 2000. — 128 с.

<sup>3</sup> Леонидова М.А. Карманный русско-болгарский словарь. – М.: «Русский язык», 1982. – с.167

<sup>4</sup> Şçerbinin V.G. – Türkçe okunuşlu rusça- türkçe cep sözlüğü. – М.: Русский язык, 1995. – с.251

терминотворчеством. При подборе терминов-эквивалентов прежде всего, используется техническая и товаросопроводительная документация, которая насыщена специальной терминологией, «выражающей понятия, специфические для данной отрасли». Однако, здесь следует отметить ее отличительную особенность: если научно-техническая терминология большинства отраслей знаний (физика, электроника, и т.д.) известна только лицам, знакомым с данной областью науки и техники, то львиная доля терминов подъязыка потребительской информации понятна и применяется широкими слоями населения.

**Цели и задачи исследования.** Основная цель работы - это выявление главных тенденций развития и совершенствования лексики подъязыка потребительской информации. Поставленная цель определяет следующие задачи:

- накопление и систематизация компьютерной картотеки лексических единиц, относящихся к подъязыку потребительской информации
- определение состава лексики подъязыка потребительской информации
- выделение семантических групп в подъязыке потребительской информации
- анализ способов формирования лексики подъязыка потребительской информации
- накопление и систематизация картотеки, отражающей русские атрибутивно-субстантивные словосочетания и их эквиваленты в татарском языке
- выявление способов передачи русских атрибутивно-субстантивных словосочетаний в подъязыке потребительской информации

**Источниками материала** для исследования послужили словари современного русского и татарского языков, а также некоторых тюркских (турецкого, казахского) и других (английского, болгарского, испанского) языков: терминологические словари по различным отраслям знаний,<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Мифтахова Н.Ш. Русско-татарский словарь химических терминов/ Под ред. Ахметьянова Р.Г. – Набережные Челны, 1992. – 518 с.; Гатин Р.М. Международная анатомическая номенклатура. Справочное пособие по анатомии человека на латинском, русском, татарском языках./ Под ред. Ситдикова Ф.Г., Гильмутдиновой Р.И. – Казань: Магариф, 1999.–224с.и др.;



Полный перечень источников указан в разделе библиография.

**Методологической и теоретической основой** исследования послужили общепризнанные работы отечественных ученых-лингвистов - Виноградова В.В., Дмитриева Н.К., Комиссарова В.Н., Лотте Д.С., Ахмедов А.И., Рамазанова Ш.А., Закиева М.З., Тумашевой Д.Р., Фасеева Ф.С., Хакова В.Х., Хисамовой Ф.М., Саттарова Г.Ф., Хангильдина В.Н., Ганиева Ф.А., Ахатова Г.Х., Сафиуллиной Ф.С. и др., лингвофилософские концепции, касающиеся общих сущностных характеристик языка – понимания, языка как средства общения, связь языка с мышлением, а также положение о системном характере

<sup>1</sup> 0a0a0 0aëaia

1. Олейников О. Ю., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Русский язык, 1997. – 597 с.; Сафиуллин Р. С., Хисамеев Г. Г. Толковый словарь-справочник по физике, химии и химической технологии на русском, татарском и английском языках. – Казань: ФПН, 1995. – 272 с.; Ситдилов Ф. Г., Закиев Р. К., Халидов А. Б. и др. Биологический русско-татарский толковый словарь/Под ред. Ситдилова Ф. Г., Закиева Р. К. – Казань: Магариф, 1998. – 655 с. и др.;

<sup>2</sup>Русско-татарский словарь. – В 4 т. Т. I. – Казань: Таткнигоиздат, 1955. – 357 с., Т. II. – Казань: Таткнигоиздат, 1956. – 447 с., Т. III. – Казань: Таткнигоиздат, 1958. – 482 с., Т. IV. – Казань: Таткнигоиздат, 1959. – 447 с.; Татарско-русский словарь./Казанский институт языка, литературы и истории Академии наук СССР. – М.: Советская энциклопедия, 1966. – 863 с.; Русско-казахский словарь./Под ред. Сауранбаева Н. – М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1954. – 935 с. и др.

<sup>3</sup> ГОСТ Р 50380-92 Рыба и рыбные продукты. Термины и определения; ГОСТ 7617-85 Сыры сычужные твердые; ТУ 9206-004-48363077-2000 Молоко коровье пастеризованное, обогащенное йодированным белком; Технологические инструкции по консервному производству (Общие инструкции. Мясо тушеное, каша с мясом)/ Всесоюзный научно-исследовательский и конструкторский институт мясной промышленности. – М., 1990 и др.

4. Г.Н. Кругляков, Г.В. Кругляков Товароведение продовольственных товаров/Учебник. – Ростов-на-Дону: Издательский центр “Март”, 1999. – 448 с.; Елизарова Л.Г., Николаева М.А. Алкогольные напитки. Товарный справочник./Ред.кол.:Марчук Ф.Л., Мазин Г.И., Бодрягие В.И., Николаева М.А. – М.: Экономика, 1997. – 174 с.; ΠοιòΠαîîâ ρ. Ñàáúî ñâððè Πðâ (Ñâððâòò ðîððââî ñòîèà). – Êàçàîü: Òàðàððñîîâ êîîèîîâ èçààðâèüñòðâî, 1983. – 192 с.;

Головков А.Э. (перевод Н.А. Мустаев, Х.Я.Губайдуллин) Авыл ашлары. — Казань: Татарское книжное издательство, 1991. — 158 с. и др.

языкового организма, о внутренней органической обусловленности и взаимосвязи языковых единиц.

Объектом нашего исследования является определенный круг проблем, связанных с применением татарского языка в потребительской сфере.

Предметом исследования являются термины-эквиваленты подъязыка потребительской информации и средства их образования.

### **Методы научного исследования.**

Разнообразие материала и специфика предмета исследования, необходимость его всестороннего описания потребовали последовательного применения несколько методов анализа. При подборе того или иного термина-эквивалента применялся также метод компонентно-семантического анализа терминов в русском и татарском языках. В необходимых случаях применялся метод сравнительного изучения языковых единиц и системного описания. Иными словами, в работе применялись общелингвистические методы и приемы, как анализ и синтез, дедукция и индукция, классификация и обобщение. Значение определялось на основе анализа (от значения к форме) и синтеза (от формы к значению).

**Теоретическая и практическая значимость** исследования определяется тем, что в нем предлагается теоретически обоснованная и экспериментально проверенная система функционирования татарского языка в потребительской сфере.

Полученные результаты могут быть использованы в учебно-методических разработках по лексикологии, теории и практике перевода на татарский язык. Лексические единицы, которые были отмечены и проанализированы в данной работе, могут послужить материалом для двуязычных словарей, а также при подготовке нового издания толкового словаря татарского языка. Компьютерная картотека лексических единиц подъязыка потребительской информации, собранная в ЦПИ РТ, оптимизирует деятельность хозяйствующих субъектов в сфере защиты прав потребителей.

### **Апробация диссертации.**

Данная работа является обобщением практической деятельности Центра потребительской информации Республики Татарстан по предоставлению информации для потребителя на государственных языках Республики Татарстан. Полученные результаты использованы при подготовке практических рекомендаций по использованию государственных языков в потребительской сфере: профессиональная деятельность работников торговли, бытового обслуживания и общественного питания, размещение двуязычной информации на вывесках, ценниках, этикетках товаров и т.п.

По материалам исследования были сделаны выступления на ежегодных итоговых научных конференциях Казанского государственного университета (2002, 2003гг.) и 6-ой Региональной научно-практической конференции молодых ученых и специалистов «Проблемы истории, культуры и развития языков народов Татарстана и Волго-Уральского региона»(г.Казань, 2003г.).

Основные положения исследования нашли отражение в 4 публикациях (список приводится в конце автореферата) и 14 статьях в периодических изданиях.

### **Структура диссертации**

Цели и задачи исследования определили его содержание и структуру. Работа состоит из основной части, которая включает введение, три главы, заключение, библиографию (список научной литературы, список лексикографических источников, список специальной литературы и справочников), и 9 приложений (1. Наиболее употребительные сокращения слов, 2. Правила транслитерации, 3. Руководство по написанию текста визуальной информации, 4. Татарские атрибутивно-субстантивные словосочетания (ТАСС) с прилагательными на **-ль**, 5. ТАСС с прилагательными на **-ив**, 6. ТАСС с прилагательными на **-ик**. 7. ТАСС с прилагательными на **-р**, 8. ТАСС с названиями материалов, из которого изготовлен предмет, 9. ТАСС названиями пищевых продуктов).

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** излагается краткая история проблемы, освещается степень изученности темы, обосновывается актуальность данного исследования, определяются его объект и предмет, формулируются цели и задачи, характеризуются методы исследования и привлеченный для анализа материал, определяются научная новизна, теоретическая ценность и практическая значимость диссертации, а также даются некоторые определения.

В работе основными будут понятия *«подъязык потребительской информации»*, *«термин»*, *«термин-эквивалент»*, *«терминология»*. В рамках настоящей работы они определяются следующим образом:

1) Научный и технический прогресс, возникновение новых научных направлений и школ и пересмотр традиционных систем научных знаний, взаимное проникновение отдельных областей науки и техники, создание новых научных дисциплин «на стыке» старых, организация многочисленных отраслей производства – все это неизбежно требует создания новых слов для обозначения новых научных понятий, наименования приборов, приспособлений, веществ, процессов. Параллельно с этим наблюдается выход из активного употребления различных специальных обозначений, отражающих состояние науки в прошлом. При этом, чем интенсивнее развивается та или иная отрасль знания, тем более бурно проходит в ней процесс становления новых понятий, категорий, величин и параллельный ему процесс создания новых единиц специальной лексики. В XXI веке специальная лексика делается основным источником пополнения словарного состава любого языка.

Как отмечают Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В., в системе специальной лексики выделяются отдельные подсистемы, включенные в достаточно самостоятельные подязыки. При этом они все обладают общими чертами:

- любой носитель подязыка может рассматриваться как своеобразный билингв, владеющий, помимо общей системы, еще одной языковой подсистемой;

- любой подъязык вторичен по отношению к основной системе;
- специальная лексика любого подъязыка гетерогенна и генетически отличается от лексики общего языка, в то же время подъязык (за небольшим исключением) пользуется грамматикой того языка, на который напластовывается его лексический состав, и обладает рядом особенностей в области словообразования.<sup>1</sup>

**Подъязык потребительской информации (ППИ)** – специальная лексика сферы информации для потребителя о товарах и услугах на русском и татарском языках. ППИ пользуется грамматикой соответствующего языка. Подъязык информации для потребителя представляет собой исторически изменчивое явление, которое реагирует на интенсивное развитие науки и техники. ППИ является открытой системой, которая непрерывно пополняется и обновляется.

Практика функционирования подъязыка информации для потребителя показала необходимость создания свода правил отображения визуальной информации, так как даже информация, представленная согласно нормам литературного языка, может быть искажена в результате творчества дизайнеров, художников, ответственных за оформление предоставляемой потребительской информации. Поэтому в состав подъязыка информации для потребителя входит не только лексика потребительской сферы, но наряду с правилами общей грамматики татарского и русского языков, включены и правила представления визуальной информации.

2) **Термин/ терминологическая единица** – это слово (или словосочетание), принятое в определенной области знания (или производства) для обозначения какого-либо понятия этой области.

3) **Термин-эквивалент (Т/Э)** - это слово или словосочетание, которое может одновременно являться и термином, и эквивалентом, т.е. своеязычным

---

<sup>1</sup> Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология: Вопросы теории. – М.: Наука, 1989. – с. 229

соответствием иноязычному слову. Например, слово *алма* — это эквивалент слова *яблоко*. Оно широко употребляется в устной и письменной речи. Однако в подязыке информации для потребителя оно является и термином, т.к. характерно лишь для информации о плодоовощной продукции.

В некоторых случаях не проводится разграничения между номен-эквивалент и термин-эквивалент, т.к. это не является релевантным для нашего исследования. Поэтому, например, под терминами-эквивалентами для номенов *настойка* и *наливка* подразумеваются номены-эквиваленты.

4) **Терминология** данной области знания – это совокупность принятых в ней терминов. Ее специфика состоит в том, что, несмотря на свое формирование на почве определенного национального языка, она в своем развитии образует самостоятельную зону, обусловленную влиянием особых лингвистических и экстралингвистических факторов.

**Глава I** – «Подязык потребительской информации как средство развития татарского языка» - посвящена основным принципам и способам формирования лексики ППИ. В данной главе образцом для анализа и описания лексики подязыка потребительской информации послужили научно-теоретические разработки таких ученых-лингвистов, как Э.Р.Тенишев, М.З.Закиев, Д.Г.Тумашева, Ф.А.Ганиев, В.Х.Хаков, Р.Ахметьянов, Ф.М.Хисамова, Г.Ф.Саттаров, Ф.С.Сафиуллина и др.

В *первом разделе I главы* рассматриваются основные принципы формирования лексики ППИ, выделяются две лексико-семантические группы в подязыке: термины, применяемые в информации о продовольственных товарах, и термины, функционирующие в информации о непродовольственных товарах, дается краткая характеристика лексики подгрупп, входящих в продовольственные товары: 1) вино-водочные изделия, 2) кондитерские изделия, 3) молочные продукты, 4) плодоовощные продукты, 5) хлебобулочные изделия, 6) продукты мясной промышленности, 7) рыбпродукты, 8) напитки, 9) бакалея (зернопродукты, макаронные изделия, чай, кофе, концентраты, пряности, соль), 10) масложировые продукты и др.

В качестве главного аргумента «против» приводится следующее – другого молока в продаже не имеется. Хотя сегодня уже налаживается промышленное производство козьего и кобыльего молока.

Опыт работы Центра потребительской информации РТ по подбору терминов-эквивалентов на татарском языке терминам, зарегистрированным в различных ГОСТах и ТУ, также показывает их некоторую недоработанность с лингвистической точки зрения, что значительно усложняет задачу перевода на татарский язык, т.к. отступление от ГОСТа и ТУ не допустимо. Нормативные документы, исходя из их практической направленности, принимаются как руководство к действию. Поэтому все термины и номенклатуры должны быть соотнесены между собой.

Во *втором разделе* определяются типы лексических соответствий в ППИ, рассматриваются зафиксированные в двуязычных словарях термины-эквиваленты, которые в процессе работы над информацией для потребителя подверглись уточнению.

В соответствии со способом уточнения термины-эквиваленты подязыка потребительской информации, которые подверглись уточнению, можно условно подразделить на следующие типы:

- термины-эквиваленты(**Т-Э**), подобранные с учетом технологии производства (например, **ñûð** ðäääëáúé — ýðàòàëë **Гñûð**, ñûð òääðäúé — **êàòò** ñûð, ñûð **ÿäëëé** — **éíðàé** ñûð, **êðóíà** ý÷íáíáý, **íàðëíàäý** — **àðíà** ýðíàñú, **êðóíà** ý÷íááäý - **âàëëëáíáí** **àðíà** ýðíàñú **è** äð. );

- термины-эквиваленты, подобранные с учетом внешнего вида, состояния предмета (например, *áoěěà — êœi* ~~Êœi~~ — *îçûí+à êœi* ~~Êœi~~ *îàðáçîé — ñûðëû îçûí+à êœi* ~~Êœi~~ *îàðáçîé — êëëíááð, áóáëëë — éîîðáë êëëíááð, ñóðëà — áàë êëëíááð è äð. );*
- термины-эквиваленты, подобранные с учетом контекста (например, *çâëáü — ýðáë ò* ~~Êœi~~ *îàðáçîé+;*
- термины-эквиваленты, образованные дифференциацией слов языка-перевода (например, *îðëíðááà — ò* ~~Êœi~~ *îàðáçîé+;* *à+û ò* ~~Êœi~~ *îàðáçîé+;*

В третьем и четвертом разделах отмечается, что обогащение лексики ППИ происходит за счет внутренних ресурсов татарского языка путем активизации архаизмов и редкоупотребляемых арабско-персидских заимствований, а также за счет расширения семантики существующих лексических единиц.

Одно из направлений развития лексической системы языка - это расширение значений слов. В процессе исторического развития языка слова обрастают дополнительными лексическими значениями и оттенками.

Семантическая деривация в сфере образования терминологических единиц особенно продуктивна, поскольку не требует длительного развития значения слова, как в общеупотребительной лексике. «Терминам свойственны все виды развития значений: расширения значения, сужение значения, переносы: метафорический, метонимический, функциональный. Семантическое развитие термина в той же отрасли знаний представляет собой обычно расширение или сужение значения, а также функциональный перенос; переход в другую терминосистему обычно связан с функциональным переносом значения.»<sup>1</sup>

Расширение семантики уже существующих терминов независимо от их принадлежности к различным терминологическим сферам является достаточно



<sup>1</sup>Логинова З.С. Семантические неологизмы в современном русском языке.// Функционирование языкового знака в тексте. Сб. научных трудов. – Ташкент: Университет, 1992. – С.34-37.

продуктивным способом формирования лексики ППИ. Например, *īēīēā āāīāīā*

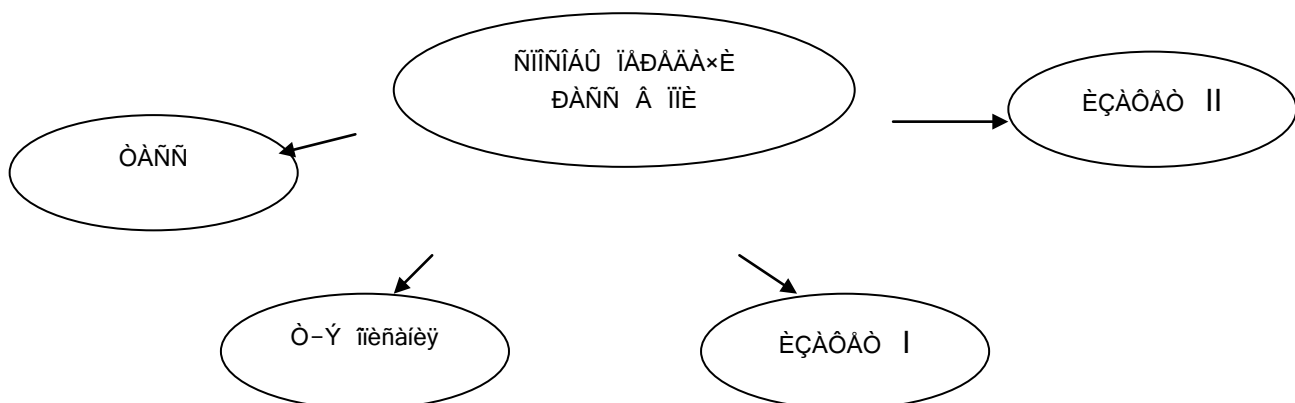
– *īāēēū-ēēē* ~~Пирамиды~~ представляется, что в качестве татарского эквивалента наименования пирожного в виде длинных узких полосок можно использовать слово **буйча**. До сего времени данный эквивалент использовался лишь в значении полосок на ткани, на любом фоне, на грунтовке.

Разделы главы I иллюстрируются примерами из художественной и публицистической литературы, а также визуальной информации, которая имеет непосредственное применение в потребительской сфере (этикетки, информационные листки, инструкции по применению товаров народного потребления, наружная реклама на баннерных растяжках, рекламных щитах и т.д.).

**Глава II** – «Атрибутивно-субстантивные словосочетания подъязыка потребительской информации в татарском и русском языках» - состоит из двух разделов: 1) «Атрибутивно-субстантивные словосочетания современного татарского и русского языков» и 2) «Способы передачи русских атрибутивно-субстантивных словосочетаний в татарском языке»

Включение данной главы в нашу работу вызвано тем, что в результате практической деятельности Центра потребительской информации РТ выяснились серьезные проблемы в подборе эквивалентов на татарском языке русским атрибутивно-субстантивным словосочетаниям.

īīīīāīū āāīāīū īāāāā÷ē ðōññēēō àððēāóðēāīī-ñóāñðāíðēūāíūō ñēīāīñī÷āðāíēē ēēēpñòðēðóðñŷ ñēāāóðūāē ñōāīē:





Ñëïáíáðàçópùèé àòòèèñ **-ãû÷/-ãǎ÷** ãëàáíùì íáðàçíí ìðèíáíýàòñý á ìðèèàãàòàëüíúð ñààèè «**ãëàãíë** + **-ãû÷/-ãǎ÷**» äëý óëàçàìèý ñíñííáíñòè áúçààòü òí, ÷òí íáíçíà÷áíí ñíñíáíé (*ðííàðòèû÷ é Ðãàçíëèòíààëüíàý ðëóðèà, ñàëëãûû÷ éæçëãé* — çàùèòíúà í÷èè, *òííüéëàíáúðûû÷ ññò Ðííàòèðóðàý áíáàãéà*). Á òàòàðñèíí ýçúèà íááíëüøíà èíëè÷áñòáí ìðèèàãàòàëüíúð, íáðàçíáííúð áíáàãéáíèàì àòòèèñ **-ãû÷/-ãǎ÷**, óëàçúààò ìà ìðááíàçíà÷áíèà ìðááíàòà, íáíçíà÷áííáí ñíñíáíé: *šéð ãû÷ ýø* — ìðíáíàý (áóéâ. äëý íáó÷áíèý) ðàáíòà, *ÐáÐëÐãû÷ ñíðàðè* — ìàíèðíáí÷íúà (áóéâ. äëý íáààèèààíèý) ñóðàðè.

Á ÌÈ íàäëðààòñý í÷áíü ðàäèèé ñíñíá çàèíðòáíáàíèý ìðèèàãàòàëüíáí èç ðóññèíáí ýçúèà, èíàà ìí áàç èçíáíèé ìðáíñèòñý á ýçúè ìðááíà. Ìðè ýòíí ãëàáíüé èííííáò á ñëíáíñí÷àòàíèè ìðèíáðàòàò àòòèèñ ìðèýæàòàëüíñòè, à ñàí ìðèèàãàòàëüíá íàçààèñèí òò òíáí, ñ èàèè ìèí÷áíèàì áúèí á èñòíáíí ýçúèà, ìðèíáíýàòñý ñ ìèí÷áíèýìè íóæñèíáí ðíàà: *ìáííüé — ìáííüé ...ú*

ìáííàý èàøà

ìáííüé áíðèàññ

ìáííàý èðóíà

ìáííüé ýðíàññ

ìáííàý çàíàèàíèà

ìáííüé çàíàèàíèàññ

ìáííúà èèàòèè

ìáííüé ñàèíàññ

ìáííüé ìóàèíà

ìáííüé ìóàèíà

Ìðè ñàáíðà òàðíèíà-ýèàèàèáííà äëý ñíñòàáíúð òàðíèííèàè÷áñèèð áàèèèð íáíáíèè òàòàëüíí èçó÷èè òàðíèíèèèð ìðèçáíñòàà òíáí èèè ìðíáóéòà.

Ìðè áúáíðà çàèíðòáíáàíèý á èà÷áñòàà òàðíèà-ýèàèàèáííà áíëüðóp ðíëü èãðààò çíáíèà ýèèíèèèè òàðíèà á ýçúèà-èñòí÷èèà ìáðèíàð, èàñòíðíáíà ìàñí — èàñòíð ìàà, çýáðáííàý ðúàà — çýáðàèáíáí áàèüé (òàðíè *çýáðáíèà* áíñòíàèò é àèèàèèèííó áàðèáíóó ñëíàà, á òí áðáíý, èàè *æàáðáíèà* ñëíáíáðàçíàòàëüíí ñáyçáí ñ íáúáíàðíáíü è èèòàðàòóðíü ñëíáí *æàáðú*).

Íàèè÷èà ìàðàèèàèüíú òíðì äëÿ ìàðààà÷è ìäíäì è òíäì æå ìðèèàààòàèüíüäì á ñíñòààíúò òàðìèíèíäè÷àñèèò ààèìèòàð ìðààààíí, àñèè òàèèì íàðàçí àèòàððèíèèðòòñÿ èò ñàìàíòè÷àèèà ìòàííèè. Íàìðèìàð, ìèèÿòàèái èàì÷úè — ìèèÿòèèàííüé ìàðèè (áóèà. ìàðèè, èçäíòìàèáiíüé èç ìèèÿòèèàíà), ìèèÿòèèaí ìðèèçäíäñòäíñú — ìèèÿòèèaííä ìðèèçäíäñòäí (áóèà. ìðèèçäíäñòäí ì èçäíòìàèaìèð ìèèÿòèèaíà).

À ìäüÿçúè ìòðààèòàèüñèíè èíðìðìàòèè çàèìñòàòòòñÿ èíàðíàòèííàèüíüà ìðèèàààòàèüíüà. Ìðè ÿòí ìðèèñòíàèò ìàèíòìàÿ èò òðäíñòìòèèÿ:

– ìðèèàààòàèüíüà ìà –*àèü, -èü* íàðàçòòòñÿ ìòàì ìòñà÷àíèÿ ñóòòèèñà è ìèí÷àíèÿ – *íúé* (ìàñòà *àòèüíòèèüíàÿ* ìàèèðíàÿ ñèààèàÿ — ìàèñúç òàòèü *àòèüíòèèü* ìàñòà, *ààèòàððèèüíàÿ* çàèààñèà — *ààèòàððèèü* ìàòèü, ìèíàðàèüíüà òáíàðàíèÿ — ìèíàðàèü *àòèàìàèàð* è *äð*). Íàèíòìòà ìðèèàààòàèüíüà òàèíäì òèíà èìàðò ìàðàèèàèüíüò òíðìó — àðààñèí–ìàðñèàñèíà çàèìñòäíäàèà: *ìðìàññèííàèüíüà* çàíèÿ — *ìðìàññèííàèü* *áàèaì, Ýñí* *ðàèaì, ìðìàññèííàèüíüà* ìàñòàðñòäí — *ìðìàññèííàèü* ìòàèèè, *Ýñí* *ðè* ìòàèèè, *ìðìàññèííàèüíàÿ* òèèèà — *Ýñí* *ðè* *ìàòàðàèüíàÿ* áàçà — *ìàòàððèèü* *áàçà, ìàòàè* *áàçà*.

– ìðèèàààòàèüíüà ìà –*èà, -ð* òàèæà ìàðàçòòòñÿ ìòàì ìòñà÷àíèÿ ñóòòèèñà è ìèí÷àíèÿ –*íúé*. Íàìðèìàð, *ààðàçèàíä* àààñòäí — *ààðàçèà* ìàòà *ààðàçèaíúé* ìàòàðèàè — *ààðàçèà* ìàòàðèàè, *ñàààòèèíä* ñòàññòäí — *ñàààòèà* ÷àðà, *ñàíèòàðíàÿ* ìàòèà — *ñàíèòàð* ìàòèà, *ñàíèòàðíúé* àðà÷ — *ñàíèòàð* òààèà, *ñàíèòàðíä* ìààí — *ñàíèòàð* òíèòè è *äð*.

– ìðèèàààòàèüíüà ìà –*èè* ìàðàçòòòñÿ ìòàì ìòñà÷àíèÿ –*àñèèé* è çàìáí ÷ ìà *è*: ñèíàòè÷àñèàÿ ìèòü — *ñèíàòèè* *ðàèàòè÷àñèàÿ* ñíèà — *ñèíàòèè* ñóíàèà, ñèíàòè÷àñèàÿ òèaíü — *ñèíàòèè* òóèüíà, ñèíàòè÷àñèèè èííóèè — *ñèíàòèè* *èííóèè*, ñèíàòè÷àñèèè èàò÷óè — *ñèíàòèè* *èàò÷óè*, ñèíàòè÷àñèíà èàèàðñòäí —

*ñeioaodee aado, ñeioaode÷añeia lañei — ñeioaodee iae, ñeioaode÷añeia iipuaa ñdaañoi*  
*— ñeioaodee po ÷adañu, ñeioaodee po PeaadePa.*

Наши исследования позволяют сделать вывод о том, что при передаче прилагательных на **–ический** в татарском языке образуются параллельные формы:

1	äeäode÷añeay ieuà	äeäodee açuê	Ñað.ñaiä.43;ïeò.2000,13á.
2	äeäode÷añeëä iöiaóeou	äeäoa ðeçuëëaðu	ÂÒ 203; 11.10.00.; 4á
3	äeäode÷añeëë íaïeoiê	äeäodee ý÷aieäê, iöiaóeò	Ñað.ñaiä 43;ïeò.2000,13á
4	äeäode÷añeëë ñoiê	äeäoa šno Pea	ÂÒ 71; 13.04.99.;
5	äeäode÷añeia yeoi	äeäodee éiüðea	Peä. 6; 02.01.; 13á

Â äaiiii ñeo÷aa íao íaíaoíäeiññòe â íaðaçíaiäeë iaðäeëäeüñé oïoiu. Âñä iðeëäääoäeüíuä iððäæapò íäei è oïò æä iðeçíäê: iöiñyüeeñy è äeäoa. Iðääñoäaeüaonñy, ÷oi äeü äeëñíaðaçeü ñeäáoao iðeíaiyòu oïoió äeäodee ... .

Обсуждение вопросов в этой главе, как и в предыдущей сопровождается примерами из художественной и публицистической литературы. Преобладание примеров из газет-журналов объясняется тем, что публицистика более динамично охватывает самые разнообразные области знания.

**Глава III** - «Новые термины-эквиваленты ППИ и их функционирование в визуальной информации». В первом разделе данной главы к анализу терминообразования применен подход, описанный, например, в монографии Ôañaaaa Ô.Ñ. «Oaòo òäeíä **Поиск терминов для** является рассмотрение механизмов образования новых терминологических единиц и выявлению роли изучения технологического процесса изготовления продукта при выборе плана выражения нового термина-эквивалента.

Ñaiui iöiaóeðeaiui ñiñíaii oïoièðíaiäeü eäeñeëë iiauyçuëä iððäáeðäeüñeíe eíoiðiaòeë yäeüaonñy ñooðeëñäeüíuë ñiñíai íaðaçíaiäeü iiaüò oäðieñä-yêäeäeäíoiä. Â yçuëä eíoiðiaòeë äeü iððäáeðäeü iñíaii äeðeaii iðeíaiyponñy ñeäáopueä ñeíañíaðaçíaoäeüíuä àoðeëñu: -là/-i **ла/-а**, -ñuç/-ñaç, ÷ai/-÷ **ай/-ä**, ñaiðeíað,

éšāāðò ò □- āēàçóðü, éāāāðòü - īī÷ēē, éóüðü - æàðēīā, æàðāīīā īyñī, éæīāðòü □  
 - iūðēā, ñēāāē □- iðēñüīēā, ñšç □ ñpçüīā, óóēü - āīēóáöü, óóüðüā -  
 ēīēāāñā ñ īyñī ē éðóīīē, ēēāāðíāy ēīēāāñā, ēāēīāóüēü - īīāāāðēā; īīāñēāñòēòāēü  
 — óàòēāðēü÷ (īīāñēāñòēòāēü - àñīāðòāi — òàðēāðēü÷ - àñīāðòāi), ēðāñēòāēü —  
 áóyüü÷, ðàçðüðēēòāēü — ēšio ~~ñēē~~ □ ñòóāīāíāðàçīāàòāēü — āāðāēā □ ~~ñēē~~ ðāñü÷,  
 çāāóñòēòāēü — éóáððēü÷, óéó÷ðēòāēü — yððüððēü÷, ñīēü-īēāāēòāēü — ýðāðēü÷ ðīç,  
 āēóñī-àðīāðè÷āñēāy āīāāāēā — ò ~~ñēē~~ èñ šñò ~~ñēē~~÷, çāiðāāēā — ò ~~ñēē~~ □īāāð  
 àðīāðèçàðíð — ðóðēñē ~~ñēē~~, ēēðā çàðīēñòāy — ñæðæñāç óüēāüē, æēēīāāīīā -  
 ñā ~~ñēē~~ è äð.

Ñēīāñēīæāīēā òàēæā iðīāóēðēāīī ā íāðàçīāāīēē īīāüð òàðīēñā-yēāēāàēāíòīā  
 īīāüýçüēā īīððāāēòāēüñēīē éíðíðāðēē. Íāiðēīāð, òāiðīā āāēēēàòāñīúē ñ īāòðóðēīē è  
 óēðīī — ~~ñēē~~ ðšāðēā-īāððóðēāēü çàðēü ýðāi÷āē, āàðāīēā ñāīāīāy — àēēü-ðēē □ðēā  
 ēēēīāāð, ñāēàò éðāāāðí÷íúē ñ ýāēīēāīē - ~~ñēē~~ àēīāēü-éðāāāðēāēü ñāēàò; ñāēàò  
 ēāēüīāðíāúē ñ ðēñīī - ~~ñēē~~ āšāāēā-ēāēüīāðēü ñāēàò. Íñīāāīī ñēāáóáò iðīāðèðü  
 īāðñīāēòēāīñòü iðíüð ñēīā īīāāēē «āēāāīē-üī + āēāāīē» (óüī-ēçæ, òāēā ~~ñēē~~ □i  
 óóðáó, óüāüçēāi-ýáó è ò.ī.). Íē īçāīēyðò iðāāāòü ā òàðàðñēī ýçüēā ðóññēā  
 āēāāīēü ñ iðēñòāāēāīē (iðīāðāòü - óüī-ēçæ, çāēàðàòü - óüāüçēāi-ýáó), à  
 òàēæā āēāāīēü, èīāpüēā íā òðāāēòēīíóp ñāīāíðēéó (ñòðīāàòü āīñēē - òāēòā pío,  
 ñòðīāāíúē ððāí — òāēā ~~ñēē~~ ðāēāāí ēāð □i

Во втором разделе исследуются особенности функционирования терминов-эквивалентов в визуальной информации и влияние дизайна на контекст составных терминологических единиц. Здесь же изложен проект правил представления визуальной информации на государственных языках Республики Татарстан, разработанный на основе Инструкции по передаче на картах географических названий Татарской АССР.

Íñííáíá íáñòí á ïñáúýçúêá ïòðááèòáèüñêíé èíóíðíàöèè çàíèìàðò ïðíáèáíú áúáíðà àèáíáíáí è ìàðí÷ííáí íàèìáííàíèý òíáàðà, ïñááíðà èì ýéáèáàèáíóíá è èõ ðàçíàùáíèà íà ïñèòáèá àèçóàèüííé èíóíðíàöèè (áúáñêè, íáúýáèáíèý, ýòèèáòèè è ò.í.)

×àòèíñòü, ïðíñòíòà, èðàòèíñòü, çàííèìááíñòü — áìò áèááíúá èðèòáðèè áúáíðà íàèìáííàíèý òíáàðà. Ìðè ýòí ñèááóàò èçáááàòü ááóñìùñèáííñòè íàèìáííàíèé, à òàèæá ó÷èòüáàòü ïíáíááèíáúá òðààèòèè íàðíáíá, íàñáèýðueò Ðàñíóáèèéó Òàòàðñòáí, òíèüèí á ýòí ñèò÷áá íá ïñýáýòñý íà ïðèèááèàò íàøèò íàáàçèíá òàèèá òíáàðü èáè áíáèà «Ñàèááàò» (ñàèááàò — 1. èçáá áíáàèàð, òáàèááíúá ïèèòáú, ñèááíñèíáèý; 2. íóæñèíá èìý).

Ìðè ðàçðááíðèá ïíáíé ïðíáóéòèè áúáíð íà èàæáíá ðóññèíá íàèìáííàíèá íáííá òàòàðñèíáí íàèìáííàíèý ïçáíèèò íááñíá÷èòü ñèìàòðè÷íá, ò.á. ðááííðàáííá òóíèèíèèðíáíèá ýçúéíá á ááííé íáèàñòè. Ìðáíáèáááíèá ðóññèèò íàèìáííàíèé (ïñèááíáá áðáíý áíáèíýçú÷íóò íàèìáííàíèé) áááàò è íáèíòíðíé àèñèðèèèíàöèè áðóáíáí ýçúèà, óúáíèáíèð ïðáá ïòðááèòáèáé ï ýçúéíáííó ïðèçíáèó.

Íàèìáííàíèý ïðááíèçàòèè, ó÷ðáæááíèé ïðè ðàçíàùáíèè á ááóýçú÷íé òíðíá çàíèñúáàðòñý ïèííñòüð ñíáèáñí ïðí ñíòááòñòáóðueò ýçúéíá.

Íáíñèíáíúá àèáíáúá íàèìáííàíèý òíáàðà è ïíáíñèíáíúá — ïñáèè **Ĭ+Ñ**, **Ĭ+Ĭ+Ñ** (á ðóññèí ýçúèá) è **Ñ+È**, **Ñ+Ñ+È** (á òàòàðñèí ýçúèá) ðàçíàùàðòñý íà ïñèòáèá àèçóàèüííé èíóíðíàöèè á ïñíáííé òíðíá (èìý ñóúáñòáèòáèüííá á èíáíèòáèüíí íáááæá). Ìðè ýòí ðàçíàùáíèá áíèæí áúòü ðááíçíá÷íí.

Äèý óñòàííáèáíèý ñíòááòñòáèý íáæáó ðóññèè è òàòàðñèè áàðèáíòí íáà èíííáíòà ïíáíñèíáííáí àèáíáíáí íàèìáííàíèý òíáàðà ïñáèè **È+Èú** (èçàòáò II) áúááèýðòñý ðàçèè÷ííè èçíáðàçèòáèüííè ñðááñòáàíè (ðèèòò, òáàò è ò.á.)

Ìðíáèáíó óñòàííáèáíèý ñíòááòñàèý íáæáó ðóññèèè è òàòàðñèèè áàðèáíòáíè íàèìáííàíèý ïñáèè **È+Èú** (èçàòáò II) ïçáíèýáò ïðèáí ááèííðáññèè á òàòàðñèí

ÿçûêâ. Ðàñøèðêâ ìàèìáíààíèâ ìà ìàèì êññíáíò â ìñíáííé òíðìâ, ìíæí ìáññíâ÷èòü àèçóàèüííà ññòâàòñòàèâ ìæäó ääóÿçû÷íüè êññíáíòàè.

### ÏËÎÎ

### ÑŞÒ

êíðíáüâ ìàñòàðèçíáííâ

ìàñòàðèçàòèÿë

□íá□í ñ

Ìàðí÷íüâ ìàèìáíààíèÿ èèè èìáì ñíáñòâáííüâ â ìàèìáíààíèè òíâàðíâ ìâ ìäðââíäÿòñÿ ìà äðóáíé ÿçûê è çàèññóâàðòñÿ ñíæàññí ìðààèèàì òðáíñèèòàðòèè: áóèí÷èâ «Øàòèüè» — «Øàòèüè » âàè êæè □÷â, ñóðâ «Ñòóâáí÷áñèèâ» ñíòàðèâ. Íèí÷áèâ ìðèèââàòàèüíüâ â òàòàðñèí âàðèàìòâ ìàðí÷íí ìàèìáíààíèÿ ìâ èçìáíÿòñÿ.

Àèâíáíâ ìàèìáíààíèâ òíâàðâ ðàçíáüâàòñÿ ìâ ìñíáííé ìàíèè àèçóàèüííé èííðìàòèè â ìáíñðââñòâáííé áèèçñíòè òò ìàðí÷íí ìàèìáíààíèÿ òíâàðâ.

Àááðâèèòòòâ â ìàèìáíààíèè ó÷ðâæâáíèé, ìðâáíèçàòèè, à òàèæâ â ìàèìáíààíèè òíâàðâ ìâ ìäðââíäèòñÿ.

Â çàèñ÷áíèè ñíââðæàòñÿ ìñíáííüâ âóâíâü èññèââíáíèÿ è ìàìâ÷àòñÿ ìàìðâèèèÿ ààèüíáèðâáí èçó÷áíèÿ çàòðííóòüâ â æññâðòàòèè ìðíáèàì, â ÷àòñíòèè, èññèââíáíèâ àòðèé èâèñèèí-ñáìàìèè÷áñèé äðóííü ìäüÿçûêâ ìððââèèòàèüñíèé èííðìàòèè — ìáìðíáíèèñòâáííüâ òíâàðü.

Исходя их поставленных задач, проанализированы около 20.000 слов и 7.000 словосочетаний, относящихся к потребительской сфере.

Äëÿ ñíâðáìáííâí ÿòàìâ ðàçâèèèÿ èðáíé ìáóèè òàðàèèòðíü ìðíâññí èíòââðòèè òàèèò ìðíáèàìüâ ìàìðâèèèé, èííðìâ âí ìáââíáíâí ìðíèíâí èàçàèèññí òòññèèòàèññí ààòññíüè ìæàñòÿìè àâ.

Â âáííé ðááìòâ ìäüÿçûêâ ìððââèèòàèüñíèé èííðìàòèè ðàññíàòðèââàòñÿ êæè ñ òí÷èè çðáíèÿ òàðèèññâðàçíáíèÿ, òàè è ñ òí÷èè çðáíèÿ òáíðèè ìäðââíäâ.

1. Íñíáííüè ññíáíàèè òíðèðíáíèÿ èâèñèèè ìäüÿçûêâ ìððââèèòàèüñíèé èííðìàòèè ÿâèÿòñÿ: óòí÷áíèâ ñóâñòâàòðèèò òàðèèññâ-ÿèâèâèèáííâ, àèèèèçàòèè àðòàèçíâ, ðàñøèðáíèâ ñáìàìèèèè òàðèèññâ, ìàðàçíáíèâ ñíâüâ òàðèèññâ-ÿèâèâèèáííâ.



Ėâēñēēà īāūȳçûēà īòðāāēòāēüñēīē ēíôīðìàöēē — ýôī īēðūòúē ñēīē ēâēñēēē. Íī īīēīȳàòñŷ è çà ñ÷àò īēēàçēīāēüíúò íàðàçīāāīēē, íāēīòìðûà èç ēíòìðûò âīñēāāñòâēē çàēðāīēŷpòñŷ â ŷçûēâ.

Óòī÷íāīēâ òâðìēīā–ýēâēââēāíòīâ īðīēñōīāēò, īðâæââ âñâāī, íà īñīāāīēē ðàçóēüòâòīâ òùàòâēüīāī èçó÷āīēŷ òâðīēīāē÷âñēīāī īðīâññâ èçāīòīāēāīēŷ èçââēēŷ. Ėçó÷āīēâ áíâðāīâī âēââ, ñīñòīŷŷēŷ īðâāīâòâ, àíâēēç ēīíòâēñòâ, âēðòâðāíöēàöēŷ ñēīâ ŷçûēâ íâðâāīââ òâēæâ íāíâðīāēìú īðē óòī÷íāīēē òâðìēīâ–ýēâēââēāíòīâ.

Āēðēâēçàöēŷ àððâēçīā è ðââēīóīīððâāēŷâìúò àðââñēī–íâðñēâñēēð çàēīñòâīâāīēē íāíâùàâò ēâēñēēó īāūȳçûēà īòðâāēòâēüñēīē ēíôīðìàöēē.

Ðañðēðāīēâ ñāìàìðēēē óæâ ñóúâñòâópùēð â òâðâðñēī ŷçûēâ òâðìēīâ–ýēâēââēāíòīâ īīçāīēŷâò ôīðìēðīāâòù ēâēñēēó īāūȳçûēâ īòðâāēòâēüñēīē ēíôīðìàöēē çà ñ÷àò áíóòðāīēēð ðañóðñīâ ñāìāī òâðâðñēīāī ŷçûēâ.

Āaçŷēâââēāíòíúâ òâðìēíú íâðââēī íâðâââpòñŷ īīēñâòâēüī, ò.â. īðē īāáíðâ òâðìēíâ–ýēâēââēāíòâ īðēíāíŷâòñŷ īðēâì ââēīīðâññēē.

Çàēīñòâīâāīēŷ òâēæâ íāíâùàpò ēâēñēēó īāūȳçûēâ īòðâāēòâēüñēīē ēíôīðìàöēē. Íīē īīçāīēŷpò ñīðâāīēòù ñāìàìðēēó íâðââīāēīāī òâðìēíâ (áóæāīēíâ, īī–ēīðī), ēíòìðâŷ īīæâð ñóçēòùñŷ īðē íâðââīââ èēē ðañðēðēðòùñŷ.

2. Ðóññēēâ àððēáóðēâīī–ñóáñòâìðēâíúâ ñēīâñīñ÷âðìāīēŷ — ýôī ìâââēüíúē, ñēīæíúē âēŷ īāáíðâ ŷēââââēāíòīâ īēañò ēâēñēēē īāūȳçûēâ īòðâāēòâēüñēīē ēíôīðìàöēē. Значения русских атрибутивно-субстантивных словосочетаний в передаются в татарском языке следующими способами: татарскими атрибутивно-субстантивными словосочетаниями, многокомпонентными терминами-эквивалентами (терминами-описаниями), изафетными конструкциями 1-го и 2-го типов (*изафет I* и *изафет II*).

Íāēíòìðûâ âaçŷēâââēāíòíúâ īðēēâââòâēüíúâ, âôīāŷùēâ â ñīñòââ ðóññēēð àððēáóðēâīī–ñóáñòâìðēâíúâ ñēīâñīñ÷âðìāīēē, íâðâââpòñŷ íâ òâðâðñēī ŷçûēâ īīēñâòâēüī. Āâēüíāēøâŷ ðaçðâāíðēâ âāííúò òâðìēīâ–ýēâēââēāíòīâ īīæâð īðēââñòē ē

áíēāā īīōēīāēūīīōó ýēāēāāēāīōó, āīçīāēī īāīīñēīāīīōó (Ñāāīāīý: *ñōīēīāūē* — *àø ...ū*, *ðēçūē ýīūīā*, *ðēçūē š÷ái*. *Āīçīāēī āīāñōī ðēçūē ýīūīā*, *ðēçūē š÷ái* áóāāò īðēīāīýòūñý òāáúí ...ū).

Đónñēēā àòðēáóòēāīī-ñóáñòàíòēāíúā ñēīāīñī÷àòàíēý ñ īðēēāāāòāēūíūē, ìàçúāāpùēìè ìàòāðēàē, èç ēīòìðīāī èçāīòīāēāī īðāāìàò, āñāāāā īāðāāapòñý ēīīñòðóēōēāē èçàòāò I: īēāñòìāñīāāý īīñóāā — *īēāñòìāñīā ñāāúò*, ñòāēūīāý āāāðū — *ēīðú÷ èøāē*, *òāýīñīāāý ÷àøēā* — *òāýīñ ÷úīāýē*, ìàðīāīē āīðìòìèè — *īāð ýēā*, āāēūāāòīāúā áðpēè — *āāēūāāò ÷āēāāð*, òāðēīīāāý ñēīāīðīāā — *òāðēīī òāāā*, āāēpðīāāý øēýīā — *āāēpð ýøē* ~~òāīā~~ *òāīā* *ýūēē* — *òāīāð* ~~ðāðā~~ *ðāðā* *òīāāý* īīñóāā — *òāðòīð ñāāúò-ñāāā*, òāīāíòíúē īīē — *òāīāíò ēā* ~~ðīðóñòāēūíúē~~ *ðóæāð* — *á* ~~ðāāçü ēāī.~~ *ðāāçü ēāī.*

Đónñēēā àòðēáóòēāīī-ñóáñòàíòēāíúā ñēīāīñī÷àòàíēý ñ īðēēāāāòāēūíūē, ìàçúāāpùēìè īðīāóēòú īēòàíēý, āñāāāā īāðāāapòñý ēīīñòðóēōēāē èçàòāò II: *ñāāēīēūíúē ñīē* — *÷šāāīāāð ñīāú*, *ðæāīē òēāā* — *àðúø èēī* *Èāā*, *ñàðāð* *øēē* ~~Èò ñýññòāīāīāāç~~ *Èò ñýññòāīāīāāç* *íóēā* — *ñīý īīú*, *éóēðóçīā ìāñēī* — *éóēðóç ìāā*, *āīāēūñēīāīā āàðāíúā* — *ðōēēñóí ēāēīāòìāñú*, *æøīāāāý ìāēēāēā* — *÷ēý* *īūēēāēāñú*, *ēīðāēíúē ìāēòìē* — *ēīðā ý÷āīēāā*, *āàðāēūíúē òīðò* — *āàðēý òīðòð*.

. Ñēāāóāò ðàççē÷àòū ñīñòāāíúā òāðìēīēīāē÷āñēēā āāēīēòú īī ìāìēñāìēp ñōīæēā ñ èçàòāò I. Íāīðēīāð ā ñēīāīñī÷àòàíēýø *øīēīēāāīāý* ēīíòāòā — *øīēīēāā ēīíòāò*, *øīēīēāāīāý* āēàçóðū — *øīēīēāā éšāāðòì* *ðāēñēāèòīā* *īā÷āíúā* — *áēñēāèò ìā÷āíúā*, *áēñēāèòīā* īēðīāēīā — *áēñēāèò ìēðīāēíúē*, *áēñēāèòíúē ēāēñ* — *áēñēāèò ēāēñ*, *áēñēāèòíúē* ðóēāò — *áēñēāèò ēāòēāìā*, *áēñēāèòíúē* òīðò — *áēñēāèò òīðò* īðēēāāāòāēūíūā *øīēīēāā*, *íāðàçīāāíīā* *íóòāì* *óñā÷āíēý* īðēēāāāòāēūíūāī *øīēīēāāíúē*, īī ìāìēñāìēp ñīāīāāāāò ñ ñóúāñòāèòāēūíūì *øīēīēāā*, à īðēēāāāòāēūíūā *áēñēāèò*, *íāðàçīāāíīā* *íóòāì* *óñā÷āíēý* īðēēāāāòāēūíūāī *áēñēāèòíúē* īī ìāìēñāìēp ñīāīāāāāò ñ ñóúāñòāèòāēūíūì *áēñēāèò*. *Àīāēīāē÷íúā* ñīñòāāíúā òāðìēīēīāē÷āñēēā āāēīēòú ìā òàòāðñēīī ýçúēā ñēāāóāò

ðàññiàòðèààòü èàê iïääëü **Ñ+È**, äää **Ñ** – èiòäðiàòèiäëüiïä iðèèääàòäëüiïä, iäðàçîäiäiïä óñà÷àieäi ñóòòèèñà è ièi÷àieü **-iüé**.

3. Âèçóàëüiäü èiòîðìàòèü ýäëüàòñü ñòääñòâi ðàñòèðäieü iäèàñòè iðèiäiäieü òàòàðñèiä iüçüèà, ääi ðàçàèòèü è ñiððäiäieü, à òàèæä iäieì èç ñiñiäiä iäó÷àieü òàòàðñèið iüçüèó èàê iäðîiïið. Iðè ðàçiäüäieè àèçóàëüië èiòîðìàòèè iä äiñóääðñòâiü iüçüèàð iäiäiäieü ó÷èòüääòü iñiäiäiñòè òàòàðñèiä è ðññèiä iüçüèiä, èèòàðàòðîiü ñðü ääiüð iüçüèiä, ÷òî, ä ñâið i÷ääü, iïçäieè èçääæäòü èñèàæäieü iððäàèòäëüñèé èiòîðìàòèè, iäâñiä÷èò ää äiñòiäðñòü, iðäèèèñòü, à ääüçü÷iäü èiòîðìàòèü, äiäieèiäü äi iððäàèòäëü iä ýèèàðèàð, èèñòàð-àèèäüðàð, èiñòðèèèü i iðèiäiäieð, ðäèèäüð ùèòàð, ääiäðüð ðàñòüæèàð è ò.ï., iäâñiä÷èò ää iññòò.

Подъязык потребительской информации, являясь эффективным механизмом реализации Закона Республики Татарстан «О языках народов Республики Татарстан» в потребительской сфере, в целом позволит обеспечить реальное двуязычие в республике.

Основное содержание и научные результаты исследования отражены в следующих опубликованных работах автора:

1. Òèè÷iüä iðèèè ä iðäiñòäèèè èiòîðìàòèè îðäää iä ääóð äiñóääðñòâiü iüçüèàð. Iäðie÷àñèèä ðäèiäiäèèè./ Äiñóääðñòâiü èièèàð ÐÒ i çàùèà iðää iððäàèòäèèè, Òäðð iððäàèòäëüñèé èiòîðìàòèè. – Èàçäü, 1999. – 23 ñ.;
2. Òàòàð òäèää (Ðàñòèðäieü èiòîðìàòèè ñà òàòàðñêîì ÿçûêå) // Ò. 14. – Ñ.19-21;
3. Iðîðieüäi ðäieè iðäèèüñ è ýñòàòèñ. Iðèè÷àñèä ðèiäiäñòâi äëü ðäiðieèä òðäiäèè è iäüäñòâiäi ièòàieü. – Èàçäü: Iäñòàð èäéi, 2001. —112 ñ.;
4. Óièèèèèääieä òàòàðñèiä iüçüèà ä iððäàèòäëüñèé ñòää.  
/ «Iðieäiü èñòèèè, èóèòòü è ðàçàèòèü iüçüèä iäiäiä Òàòàðñòà è Äieä-Óäèñèiä ðäèiä». Ñä. ñòàèè 6-íè Ðäèiäèèè iäó÷i-iðèè÷àñèè èiðäðäieè ièiäü ó÷äü è ñiäèèèñòä. – Èàçäü, 2003 ää. – Ñ. 200-205.